

Preisdifferenzierung im Lebensmitteleinzelhandel – eine Literaturrecherche

Julia Garashchuk^{1,2}, Michael Clasen¹ und Ludwig Theuvsen²

Abstract: Preisdifferenzierung ist ein altbekanntes Thema und spielt eine wichtige Rolle bei der Preissetzung im Online -Handel. Das Ziel dieses Beitrages ist eine kurze Darstellung der relevanten Literatur zum Thema „Preisdifferenzierung im stationären und Online-Lebensmitteleinzelhandel“.

Keywords: Preisdifferenzierung, Lebensmitteleinzelhandel, Preissetzung

1 Einleitung

Seit einiger Zeit haben dynamische Preissetzungssysteme Einzug in den Online -Handel gehalten und sich dort als erfolgreich erwiesen [SL12]. Preisdifferenzierung könnte daher eine Alternative zu den festen Preisen im deutschen LEH sein und vielleicht auch hier die Margen erhöhen. Die bekanntesten Einsatzgebiete der dynamischen Preissetzungssysteme liegen im Reisesektor, z. B. bei Flugtickets, sowie im Online -Elektronikhandel. Unter Preisdifferenzierung wird eine kundensegmentspezifische Preisgestaltung für ein gleiches Produkt verstanden. Die flexible Preisgestaltung kann auf Grund der verschiedenen Einflussfaktoren, wie beispielsweise persönliches Einkaufsverhalten, zeitliche, räumliche und mengenmäßige Dimensionen erfolgen [Di08].

2 Ziel und Vorgehensweise

Preisdifferenzierung ist ein sehr umfangreiches Thema und wird seit langer Zeit in der wissenschaftlichen Literatur erforscht. Aus diesem Grund gibt es eine große Anzahl wissenschaftlicher Publikationen, die sich auf unterschiedliche Art und Weise mit dem Thema „Preisdifferenzierung im Lebensmitteleinzelhandel“ befassen. Eine Vielzahl an wissenschaftlichen Publikationen erschwert somit die Suche nach den relevantesten Artikeln. Deshalb ist es das Ziel dieses Beitrages, die relevante Literatur zum Thema „Preisdifferenzierung im Lebensmitteleinzelhandel“ in kompakter und geordneter Form darzustellen. Es werden also eine Literaturmetaanalyse zum o.g. Thema durchgeführt und die Ergebnisse dieser Analyse übersichtlich dargestellt. Bei der Literaturrecherche

¹ Hochschule Hannover, Fakultät für Wirtschaft und Informatik, Ricklinger Stadtweg 120, 30459 Hannover, julia.garashchuk@hs-hannover.de

² Georg-August-Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen.

zum Thema „Preisdifferenzierung im Lebensmitteleinzelhandel“ wurden in erster Linie Literaturdatenbanken wie Google Scholar und Research Gate sowie die Datenbank der Bibliothek der Hochschule Hannover nach folgenden Begriffen durchsucht: Preisdifferenzierung, Preisdifferenzierung im Lebensmitteleinzelhandel, Preisdiskriminierung, Preisdiskriminierung Formen, dynamische Preise, dynamic pricing, price discrimination. Im nächsten Schritt wurden wissenschaftliche Publikationen nach folgenden Hauptauswahlkriterien aussortiert: 1) Die Publikation stammt aus einem angesehenen wissenschaftlichen Magazin oder aus einem Fachbuch; 2) Das Thema „Preisdifferenzierung“ ist ein Hauptaspekt des Artikels oder Buches.

Im Laufe der Literaturrecherche wurden aus mehr als 100 Publikationen 29 als besonders relevant eingestuft und in die weitere Analyse einbezogen. Die berücksichtigten Beiträge wurden sodann in empirische und nicht empirische Arbeiten eingeteilt. Zusätzlich wurden die Beiträge danach sortiert, ob sie sich mit dem stationären oder dem Online-Handel befassen.

Zur Erstellung einer Übersicht der relevanten Publikationen wurde eine 4-Felder-Matrix aufgestellt und die Beiträge wurden den entsprechenden Matrixfeldern zugeordnet. Die Literaturanalyse hat ergeben, dass der Schwerpunkt der gesichteten Beiträge auf nicht empirischen Studien zu Fragen der Preissetzung im stationären Einzelhandel liegt. Dagegen thematisiert die Literatur zur Preisdifferenzierung im Online-Handel überwiegend empirische Arbeiten. Im Bereich nicht empirischer Untersuchungen im stationären LEH befasst sich ungefähr die Hälfte der Artikel mit dem Thema „Preispolitik“ und allgemeinen Grundlagen der Preissetzung. Die andere Hälfte der Beiträge widmet sich spezifischen Formen der Preisdifferenzierung, wie beispielsweise dem Revenue Management. Die nicht empirischen Untersuchungen mit Bezug zum Online-Handel befassen sich mit der Thematik der Preisgestaltung bzw. Preissetzung im Electronic Business. Nachfolgende Abbildung 1 stellt eine kompakte Übersicht der bereits gesichteten Literaturquellen dar.

empirisch	[H+07a] [H+07b] [HHS11] [SL12] [HHG13] [KAW15] [CHH02]	[Ha06]			
nicht empirisch	[SS00] [BM05] [SV99]	[Di08] [LS05] [Wö13] [Ot97] [HS04]	[Pi05] [MS06] [Ti93] [Ha68] [Sch65]	[SF92] [Ta04] [KS08] [Ha84]	[BP96] [AV05] [OB07] [Ph85]
online		stationär			

Abb. 1: Literaturübersicht

3 Weitere Forschung

Die Literaturanalyse hat gezeigt, dass ein Großteil der gesichteten Beiträge sich mit nicht empirischen Studien zu Fragen der Preissetzung im stationären Einzelhandel beschäftigt. Jedoch behandelt die Literatur zur Preisdifferenzierung im Online -Handel größtenteils empirische Arbeiten. Darüber hinaus zeugte die Literaturanalyse davon, dass es kaum empirische Arbeiten zum Thema „Preisdifferenzierung im stationären Lebensmitteleinzelhandel“ gibt. Hier gibt es also eine Forschungslücke, die geschlossen werden sollte.

Literaturverzeichnis

- [AV05] Acquisti, A.; Varian, H. R.: Conditioning prices on purchase history. *Marketing Science*, 24(3), S. 367 –381, 2005.
- [BM05] Bandulet, M.; Morasch, K.: Would you like to be a prosumer? Information revelation, personalization and price discrimination in electronic markets. *International Journal of the Economics of Business*, 12(2), S. 251 –271, 2005.
- [BP96] Bester, H.; Petrakis, E.: Coupons and oligopolistic price discrimination. *International Journal of Industrial Organization*, 14 (2), S. 227 –242, 1996.
- [CHH02] Clemens, E. K.; Hann, I-H; Hitt, L.: Price Dispersion and Differentiation in Online Travel: An Empirical Investigation. *Management Science* (48:4), S. 534- 549, 2002.
- [Di08] Diller, H.: Preispolitik. Kohlhammer Verlag, Stuttgart, 2008.
- [H+07a] Hann, I.-H.; Hui, K.-L.; Lee, S.-Y.T.; Png, I. P.: Analyzing online information privacy concerns: an information processing theory approach. *System Sciences, Journal of management informations systems*, S. 13- 27, 2007.
- [H+07b] Hann, I.-H.; Hui, K.-L.; Lee, S.-Y. T.; Png, I. P.: Overcoming online information privacy concerns: An information-processing theory approach. *Journal of Management Information Systems*, 24(2), S. 13– 42, Vol. 24, 2007.
- [Ha06] Hansen, K.: Sonderangebote im Lebensmitteleinzelhandel: Eine empirische Analyse für Deutschland. Cuvillier, Göttingen, 2006.
- [Ha+13] Haucap, J.; Heimeshoff, U.; Klein, G.J.; Rickert, D.; Wey, C.; Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel. Düsseldorf University Press, Düsseldorf, 2013.
- [Ha68] Haley, R. I.: Benefit Segmentation: A Decision-Oriented Research Tool. *Journal of Marketing*, 32, (3), S. 30 -35, 1968.
- [Ha84] Haley, R. I.: Benefit segmentation- 20 years later. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 1, S. 5-13, 1984.
- [HHS11] Hinz, O.; Hann, I.; Spann, M.: Price discrimination in E-Commerce? An examination of dynamic pricing in “name-your -own-price”- markets, München, 2011. <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=2943&context=misq> Stand: 19.9.2016. S. 5- 13, 1984.

- [HHG13] Heinemann, G.; Haug, K.; Gehrckens, M.: Digitalisierung des Handels mit ePace. Springer Gabler, Wiesbaden, 2013.
- [HS04] Hamilton, J.; Slutsky, S.: Nonlinear price discrimination with a finite number of consumers and constrained recontracting. University of Florida, 2004, <http://www.krannert.purdue.edu/centers/ijio/Accepted/2185.pdf> Stand: 19.9.2016.
- [KAW15] Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien: Dynamic Pricing - die Individualisierung von Preisen im E-Commerce. Wien, 2015 https://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Dynamic_Pricing_2015.pdf Stand: 25.05.2016.
- [KS08] Klein, R.; Steinhardt, C.: Revenue Management: Grundlagen und Mathematische Methoden. Springer, Berlin, 2008.
- [LS05] Liu, Q.; Serfes, K.: Imperfect price discrimination in a vertical differentiation model. International Journal of Industrial Organization, 23(5–6), S. 341–354, 2005.
- [MS06] Malueg, D. A.; Snyder, C. M.: Bounding the relative profitability of price discrimination. International Journal of Industrial Organization, 24(5), S. 995–1011, 2006.
- [OB07] Olbrich, R.; Battenfeld, D.: Preispolitik. Springer, Berlin, 2007.
- [Ot97] Ott, A. E.: Grundzüge der Preistheorie. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 1997.
- [Ph85] Phillips, L.: The Economics of Price Discrimination. Louis, Cambridge University Press, London, 1985.
- [Pi05] Pigou, A.C.: The Economics of Welfare (1928). Cosimo, New York, 2005.
- [SF92] Simon, H.; Fassnacht, M.: Preismanagement: Analyse, Strategie, Umsetzung. Springer Gabler, Wiesbaden, 1992.
- [Sch65] Schmidt, L.: Grundlagen und Formen der Preisdifferenzierung im Lichte der Marktfomenlehre und der Verhaltenstheorie. Duncker und Humblot, Berlin, 1965.
- [SV99] Shapiro, C.; Varian, H. R.: Information Rules: a Strategic Guide to the Network Economy. Harvard Business School Press, Boston, 1999.
- [SL12] Schieder, C.; Lorenz, K.: Pricing-Intelligence-Studie. State-of-the-art der dynamischen Preisoptimierung im E-Commerce. Chemnitz, 2012. https://www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/wi2/wp/wp-content/uploads/2012/04/Pricing-Studie-State-of-the-Art-im-E-Commerce_v1.5.pdf, Stand: 22.04.2016.
- [SS00] Skiera, B.; Spann, M.: Flexible Preisgestaltung im Electronic Business. In: Weiber, R. (Hrsg.), Handbuch Electronic Business, Wiesbaden, S. 539-557, 2000.
- [Ta04] Taylor, C. R.: Consumer privacy and the market for customer information. RAND Journal of Economics, 25(4), S. 631– 650, 2004.
- [Ti93] Tietz, B.: Der Handelsbetrieb. Vahlen, München, 1993.
- [Wö13] Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Vahlen, München, 25. Auflage, 2013.